

C'est très tendance. L'enseignement supérieur n'est pas le dernier à succomber à cette e-séduction. A l'heure où les marques, de toutes sortes, se vendent de plus en plus sur Internet, 92% des 52 universités et écoles interrogées par l'Association des responsables de communication de l'enseignement supérieur (Arces) et l'agence C'est un signe déclarent disposer de leur page Facebook. Si c'est leur réseau préféré, ce n'est pas le seul lieu virtuel qu'elles fréquentent, révèle l'étude publiée le 31 mai. Quelque 86 d'entre elles disposent aussi d'un compte Twitter et 69 % d'une présence sur YouTube. Classicisme absolu, alliez-vous dire? Sachez que leur e-expansion ne s'arrête pas à ces frontières. Les établissements d'enseignement supérieur ont ainsi massivement investi Viadeo et LinkedIn. Depuis six mois, ils s'installent même sur les nouveaux réseaux que sont Google+, Foursquare et Vimeo. Une petite révolution: alors que les universités n'étaient que sur un réseau il y a trois ans, les voilà déjà en moyenne installées sur 4,75 réseaux; 12% d'entre elles en fréquentent même neuf. Elles ont été piquées par la mouche de la communication instantanée: un quart d'entre elles y publient chaque jour de nouvelles informations.

(Fonte: Le Monde 14-06-2012)